Hvor meget af salget er op til dig?

En selvanalyse for dig, der arbejder med kunder og køb.

Tænk på de salgssager, du selv har arbejdet med. Hvad gjorde en forskel for udfaldet? I de 29 udsagnspar vælger du det svar, der kommer tættest på din erfaring. Begge forklaringer kan passe i den samme sag.

Sådan svarer du

Læs begge udsagn. Sæt ét kryds ved det, du er mest enig i. Virker begge lige skæve, så vælg det, du er mindst uenig i. Svar intuitivt, og stol på din egen vurdering, også når du tror, at andre ville svare anderledes.

1

- ☐ **A** Jeg lærer mest om en ny kunde ved at høre, hvordan de arbejder i dag.
- ☐ **B** Jeg lærer mest om en ny kunde ved at høre, hvad de gerne vil ændre.

2

- ☐ **A** Om jeg får det første møde, afhænger mest af, om jeg rammer et tidspunkt, hvor emnet fylder hos kunden.
- ☐ **B** Om jeg får det første møde, afhænger mest af, hvor præcist jeg kan forklare, hvorfor samtalen er relevant.

3

- ☐ **A** Når en kunde fortæller om et problem tidligt i samtalen, hænger det ofte sammen med de spørgsmål, jeg stiller.
- ☐ **B** Når en kunde fortæller om et problem tidligt i samtalen, har de ofte selv drøftet det grundigt på forhånd.

4

- ☐ **A** Når en ny kunde viser mig tillid, lægger jeg mest vægt på, hvordan jeg selv har fulgt op på vores aftaler.
- ☐ **B** Når en ny kunde viser mig tillid, lægger jeg mest vægt på, hvem der har anbefalet mig.

5

- ☐ **A** Om kunden får noget ud af en demonstration, afhænger mest af, hvor godt jeg knytter den til deres hverdag.
- ☐ **B** Om kunden får noget ud af en demonstration, afhænger mest af, hvor meget erfaring de selv har med den slags løsninger.

Udsagn 6–11

Sæt ét kryds ved A eller B i hvert par. Vælg det udsagn, der ligger tættest på din egen opfattelse.

6

- ☐ **A** Om jeg får adgang til den, der kan godkende købet, afhænger især af, hvem min kontakt kan invitere med.
- ☐ **B** Om jeg får adgang til den, der kan godkende købet, afhænger især af, hvordan jeg begrunder behovet for samtalen.

7

- ☐ **A** Når jeg får svar på en opfølgning, skyldes det ofte, at kunden netop har nyt at fortælle.
- ☐ **B** Når jeg får svar på en opfølgning, skyldes det ofte, at jeg har aftalt med kunden, hvad vi skal afklare.

8

- ☐ **A** Jeg foretrækker, at kunden fortæller mig om en typisk arbejdsdag.
- ☐ **B** Jeg foretrækker, at kunden viser mig en konkret opgave.

9

- ☐ **A** Hvor hurtigt en sag kommer videre, afhænger mest af kundens interne møderytme.
- ☐ **B** Hvor hurtigt en sag kommer videre, afhænger mest af, hvordan jeg får aftalt næste skridt med kunden.

10

- ☐ **A** Hvor tidligt jeg opdager en indvending, afhænger især af, hvordan jeg spørger til kundens betænkeligheder.
- ☐ **B** Hvor tidligt jeg opdager en indvending, afhænger især af, hvornår den bliver rejst internt hos kunden.

11

- ☐ **A** Når kunden køber til den tilbudte pris, tillægger jeg min forklaring af værdien størst betydning.
- ☐ **B** Når kunden køber til den tilbudte pris, tillægger jeg det beløb, kunden har afsat, størst betydning.

Udsagn 12–17

Sæt ét kryds ved A eller B i hvert par. Vælg det udsagn, der ligger tættest på din egen opfattelse.

12

- ☐ **A** Når kunden får intern opbakning til et køb, har det ofte gjort en forskel, at jeg hjalp med beslutningsgrundlaget.
- ☐ **B** Når kunden får intern opbakning til et køb, har det ofte gjort en forskel, at en nøgleperson hos dem bakkede sagen op.

13

- ☐ **A** Hvor præcist jeg kan forudsige en ordredato, afhænger mest af, hvor godt jeg får afdækket vejen til en godkendelse.
- ☐ **B** Hvor præcist jeg kan forudsige en ordredato, afhænger mest af, hvor stabile kundens prioriteringer er.

14

- ☐ **A** Når jeg skal drøfte et tilbud, foretrækker jeg at gennemgå det sammen med kunden første gang.
- ☐ **B** Når jeg skal drøfte et tilbud, foretrækker jeg, at kunden først har haft tid til at læse det selv.

15

- ☐ **A** Når jeg vinder en ordre i konkurrence, vejer mit arbejde med at forstå kundens valgkriterier ofte tungest.
- ☐ **B** Når jeg vinder en ordre i konkurrence, vejer det ofte tungest, hvad de andre leverandører kan tilbyde.

16

- ☐ **A** Når en kunde kontakter mig uopfordret, skyldes det ofte en begivenhed hos kunden, som gør behovet akut.
- ☐ **B** Når en kunde kontakter mig uopfordret, skyldes det ofte, at jeg tidligere har givet dem en god grund til at ringe.

17

- ☐ **A** Om en tidligere kunde vender tilbage, afhænger mest af deres erfaringer med den løsning, vi leverede.
- ☐ **B** Om en tidligere kunde vender tilbage, afhænger mest af, hvordan jeg har holdt kontakten siden købet.

Udsagn 18–23

Sæt ét kryds ved A eller B i hvert par. Vælg det udsagn, der ligger tættest på din egen opfattelse.

18

- ☐ **A** Når der kommer flere ordrer end ventet i en måned, ser jeg ofte forklaringen i, at flere kunder blev klar samtidig.
- ☐ **B** Når der kommer flere ordrer end ventet i en måned, ser jeg ofte forklaringen i mit arbejde med sagerne i månederne før.

19

- ☐ **A** Efter en tabt ordre vil jeg helst begynde med at høre kundens vurdering.
- ☐ **B** Efter en tabt ordre vil jeg helst først gennemgå forløbet selv, så jeg ved, hvad jeg vil spørge kunden om.

20

- ☐ **A** Når en kunde fortæller mig, hvorfor vi tabte en ordre, afhænger åbenheden mest af, hvad de har lov til at dele.
- ☐ **B** Når en kunde fortæller mig, hvorfor vi tabte en ordre, afhænger åbenheden mest af, hvordan jeg tager imod et nej.

21

- ☐ **A** Om jeg når mine salgsmål, afhænger især af, hvor meget kunderne i mit område køber i perioden.
- ☐ **B** Om jeg når mine salgsmål, afhænger især af, hvilke kunder jeg vælger at bruge min tid på.

22

- ☐ **A** Når et køb bliver udskudt sent i forløbet, tillægger jeg det mest vægt, om jeg fik spurgt tidligt nok til ressourcerne.
- ☐ **B** Når et køb bliver udskudt sent i forløbet, tillægger jeg ændringer i kundens bemanding størst vægt.

23

- ☐ **A** Om et tilbud fører til en beslutning, afhænger mest af, hvor enige de involverede hos kunden allerede er.
- ☐ **B** Om et tilbud fører til en beslutning, afhænger mest af, hvor præcist jeg får samlet op på det, kunden skal vælge imellem.

Udsagn 24–29

Sæt ét kryds ved A eller B i hvert par. Vælg det udsagn, der ligger tættest på din egen opfattelse.

24

- ☐ **A** I en gennemgang af mine salgssager vil jeg helst begynde med de sager, der står stille.
- ☐ **B** I en gennemgang af mine salgssager vil jeg helst begynde med de sager, der lige har flyttet sig.

25

- ☐ **A** Om kunden tør skifte leverandør, afhænger mest af, hvor stor en risiko de kan acceptere i deres drift.
- ☐ **B** Om kunden tør skifte leverandør, afhænger mest af, hvor godt jeg får belyst, hvordan skiftet kan gennemføres.

26

- ☐ **A** Når jeg får et klart nej tidligt, skyldes det ofte, at jeg selv gav kunden plads til at sige det.
- ☐ **B** Når jeg får et klart nej tidligt, skyldes det ofte, at kunden allerede havde truffet sit valg.

27

- ☐ **A** Når jeg sparrer med en kollega, får jeg mest ud af at høre, hvad kollegaen selv ville gøre.
- ☐ **B** Når jeg sparrer med en kollega, får jeg mest ud af at fortælle om sagen og få spørgsmål til den.

28

- ☐ **A** Når en kunde udvider samarbejdet, skyldes det ofte, at jeg har opdaget et behov sammen med dem.
- ☐ **B** Når en kunde udvider samarbejdet, skyldes det ofte, at deres virksomhed er vokset eller har fået nye opgaver.

29

- ☐ **A** Når en sag er kørt fast, afhænger en ny åbning mest af, at noget ændrer sig hos kunden.
- ☐ **B** Når en sag er kørt fast, afhænger en ny åbning mest af, om jeg kan finde ud af, hvad der holder kunden tilbage.

Når du har valgt ét svar i alle 29 par, finder du dit resultat på side 6.

Dit resultat

Din score [ ] af 23 point

Får du 14 point, lagde du i 14 af de 23 par, der tæller, mest vægt på forhold som kundens timing, budget eller beslutninger. I de øvrige 9 lagde du mest vægt på din egen indsats i salget.

Hvordan læser du dit tal?

Jo højere tallet er, desto oftere valgte du den forklaring, hvor ydre forhold vejede tungest. Jo lavere tallet er, desto oftere lagde du vægt på, hvad man selv gør. Det er en optælling af dine valg i skemaet.

Tænk på dit seneste ja eller nej fra en kunde

Hvad var din første forklaring på kundens beslutning? Hvad sagde kunden selv? Læg mærke til, om du bygger din forklaring på noget, du hørte, eller på noget, du gætter på.

Sådan tæller du på papir

Giv ét point, hver gang dit kryds svarer til et af svarene i nøglen. Skriv antal point for hver side, og læg de fem tal sammen i feltet øverst.

Side	Svar, der giver ét point	Point
1	2A · 3B · 4B · 5B	
2	6A · 7A · 9A · 10B · 11B	
3	12B · 13B · 15B · 16A · 17A	
4	18A · 20A · 21A · 22B · 23A	
5	25A · 26B · 28B · 29A	

Udsagnspar 1, 8, 14, 19, 24 og 27 tæller med nul point ved begge svar.

Digitalt vises pointene automatisk i PDF-læsere med formularberegning. Hvis felterne står tomme efter alle 29 svar, kan du bruge nøglen og skrive tallene selv.

Idéen bag salgsøvelsen

Du får en ordre efter et kundemøde. På vej hjem tænker du måske ”Det var godt, jeg fik økonomichefen med.” Din kollega siger ”De skulle jo bruge de sidste penge i budgettet.” I taler om den samme ordre. Hvad tager du med til næste møde?

Hvad lærer du af et ja?

Julian B. Rotter ville forstå, hvorfor to mennesker kan lære noget forskelligt af det samme resultat. Tror du, at en handling gjorde forskellen, har du en grund til at gentage den. Tror du, at udfaldet afhang af held eller af, hvad andre bestemte, giver oplevelsen dig en anden forventning til næste gang.

Fra Rotters forskning til dine salgssager

Rotter undersøgte, om vi tager en forventning med os fra én situation til den næste. Tony Evald Clausen fra SalgsPiloterne har skrevet nye udsagn om salg ud fra den idé. Dine point viser, hvilke forklaringer du oftest vælger her. Hvad der gjorde udslaget i en bestemt sag, kan du undersøge sammen med kunden.

Hvad var nytten ifølge Rotter?

I de studier, Rotter samlede, lagde mennesker, der forventede at kunne påvirke et udfald, oftere mærke til oplysninger, de kunne bruge. De tog også oftere skridt til at ændre deres situation. Det gav ham en måde at forstå, hvorfor én person undersøger en mulighed, mens en anden venter.

Hvad kan du bruge det til i salg?

Spørg kunden, mens beslutningen er frisk: ”Hvad gjorde udslaget for jer?” og ”Hvornår vidste I, at I ville gå videre?” Måske var økonomichefen afgørende. Måske var der allerede sat penge af. Svaret hjælper dig med at vælge, hvad du vil gentage, og hvad du vil undersøge tidligere i næste købsproces.

Rotters undersøgelse fra 1966

Rotters eget tilbageblik, udgivet i 1982

Når kunden siger ”måske”

Du har sendt et tilbud. Kunden siger ”Vi vender tilbage efter budgetmødet.” Før du lægger en ny opfølgning i kalenderen, så brug indflydelsescirklerne til at finde ud af, hvad der er op til dig.

Hvad mangler kunden for at kunne vælge?

Prøv at spørge: ”Hvad skal I tage stilling til på mødet?” Lyt til svaret. Spørg så: ”Giver det mening, at vi taler sammen bagefter, eller skal vi lukke den her?” Et klart nej giver også afklaring.

Kontrol	Du vælger, hvilke spørgsmål du stiller, og om du får afklaret næste kontakt, inden samtalen slutter.
Indflydelse	Du kan tilbyde at regne på en udgift sammen med den, der har budgettet. Kunden afgør, om det vil hjælpe.
Vilkår	Kunden bestemmer, hvad pengene skal bruges til. Læg din plan ud fra den beslutning, kunden faktisk har truffet.

Prøv med en kunde, du skal følge op hos

Kontrol · Hvilket spørgsmål vil du stille kunden?

Indflydelse · Hvem kan du tilbyde at hjælpe, og med hvad?

Vilkår · Hvad afgør kunden selv, og hvad betyder det for din opfølgning?

Åbn arbejdsarket om indflydelsescirklerne

Om analysen

SalgsPiloternes refleksionsøvelse er inspireret af Julian B. Rotter. De 29 nye udsagnspar og deres pointnøgle er udviklet til undervisning i salg. Der foreligger ingen psykometrisk validering af salgsversionen.

Rotter (1966) · Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement.